

بررسی تاثیر کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

مژگان صالحی

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، واحد گچساران، دانشگاه آزاد اسلامی، گچساران، ایران. (نویسنده مسئول).
mozhgan757575@gmail.com

دکتر محسن احمدی

استادیار گروه حسابداری، واحد گچساران، دانشگاه آزاد اسلامی، گچساران، ایران.
mohsentarh@yahoo.com

چکیده

به‌کارگیری مفاهیم استراتژیک در بخش دولتی با مشکلاتی همراه بوده و استفاده از آن‌ها موردانتقاد قرار گرفته است و از آنجایی که تنها عوامل تولید کالا محور نمی‌تواند ضامن موفقیت سازمان‌ها و شرکت‌ها در دستیابی به اهداف توسعه آن‌ها باشد و وجود سرمایه مهم دیگری تحت عنوان سرمایه فکری لازم است تا با اعمال نقش کاتالیزوری خود سرعت دستیابی به اهداف را تسریع بخشد. امروز مطرح‌شدن سرمایه فکری در توسعه سازمان‌ها یک دانش اقتصادی جدید تحت عنوان اقتصاد دانش‌محور را به وجود آورده است. از این رو هدف پژوهش بررسی این موضوع است که آیا کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر دارد؟ جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بین بازه زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ هست. که بعد از اعمال این شرایط ۱۰۸ شرکت به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند که با استفاده از رگرسیون خطی چند متغیره و روش حداقل مربعات تعمیم یافته به بررسی موضوع تحقیق پرداخته شد که نتایج نشان داد که بین کارایی سرمایه فکری و استراتژی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معنادار و مستقیمی وجود به نوعی که با افزایش کارایی سرمایه فکری، استراتژی شرکت‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند.

واژگان کلیدی: استراتژی شرکت، کارایی سرمایه فکری، رقابت.

مقدمه

با نگاهی به جهان پیرامون، درمی‌یابیم که جهان امروز بسیار متفاوت‌تر از گذشته است. فرآیند جهانی‌شدن، به وجود آمدن سازمان تجارت جهانی، پیشرفت‌های سریع و بنیادین تکنولوژیک، افزایش تغییرات سریع در الگوهای مصرف و تقاضا، کمبود منابع و هزینه‌های بالای آن‌ها از جمله چالش‌هایی هستند که بنگاه‌ها و صنایع مختلف در عرصه تجارت و فعالیت‌های اقتصادی با آن روبرو هستند و ادامه‌ی حیاط آن‌ها به تصمیم‌گیری درست و به‌موقع در برابر این تغییرات وابسته است (زینگ، ۲۰۲۰). در این میان افزایش تعداد رقبا، منجر به اهمیت بخشیدن به مفاهیمی مانند رقابت‌پذیری شده است. شرکتی که دارای استراتژی کارایی است، به دنبال تولید و عرضه محصولات استاندارد است که بهای تمام‌شده هر واحد برای مشتریان را کاهش دهد. منظور از استراتژی تمرکز، توجه بر محصولات و خدمات خاصی است که نیازهای گروه کوچکی از مصرف‌کنندگان را تأمین می‌کنند و هدف از استراتژی تمایز، ارائه محصولات و خدماتی است که در صنعت موردنظر به‌عنوان محصول یا خدمتی منحصربه‌فرد تلقی می‌شوند (نیک کار و محمدی، ۱۳۹۸). استراتژی برای ایجاد کانون توجه، ثبات و رسالت برای یک سازمان از طریق تهیه طرح‌ها، تاکتیک‌ها، الگوها، مناصب سازمانی و چشم‌اندازهایی که اقدام استراتژیک را هدایت می‌کنند، مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگر این نظر که سازمان‌های دولتی،

فاقد جهت هستند اعتبار داشته باشد، توجه به استراتژی، مفید خواهد بود. همان گونه که پس از این خواهیم دید، به کارگیری مفاهیم استراتژیک در بخش دولتی با مشکلاتی همراه بوده و استفاده از آن‌ها مورد انتقاد قرار گرفته است. به هر حال در تجزیه و تحلیل نهایی، این مشکل بود که در مدل سنتی اداره امور وجود داشت و انتظار می‌رود که پذیرش دیدگاه استراتژیک، باعث ترقی و پیشرفت باشد (تاری وردی و همکاران، ۱۳۹۶). در کشورهای غربی، استراتژی به عنوان یک واژه کلیدی برای مدیران به کار می‌رود و در واقع تلفیقی از نگرش، هدف‌ها، سیاست‌ها و راهکارهای اجرایی است. استراتژی در زمینه‌های کسب و کار مجموعه‌ای از فعالیت‌هایی را شامل می‌گردد که اهداف سازمان را در مقابل عوامل محیطی (تهدیدها، فرصت‌ها، نقاط قوت و ضعف) تأمین کند. استراتژی باید بتواند پاسخگوی دو سؤال اساسی زیر باشد:

۱. چگونه عامل سودآوری و یا منافع خروجی به صورت درازمدت برای ذینفعان یا مشتریان تضمین شود؟

۲. به چه نحو جایگاه و موقعیت در محیط ملی و یا تخصصی حفظ شود؟

از محوری‌ترین ابزارهای مدیریتی در انجام وظایف و تعامل با بازیگران در محیط تخصصی‌شان، تصمیم‌گیری و تهیه استراتژی می‌باشد. استراتژی شامل کلیه اقدامات رقابتی و رویکردهای سازمان جهت کسب توفیق در عملکرد می‌باشد. شرکت‌های کسب و کار و سازمان‌ها به استراتژی‌های متنوع در عوامل تولید و بازار نیازمندند تا هر یک بتوانند از طریق ابتکار و خلاقیت‌های حاکم بر استراتژی‌های ایجاد مزیت انتخاب خویش کنند (مهجری، ۱۳۹۸).

با توجه به گذار جوامع از عصر صنعت به عصر اطلاعات، اهمیت سرمایه‌های فکری در دنیای تجارت نیز رشد یافته است. در طول عصر صنعت، بهای تمام شده دارایی‌ها، کارخانه‌ها و تجهیزات و مواد خام بود که برای موفقیت یک تجارت لازم بود، اما در عصر اطلاعات این استفاده‌ی مؤثر از سرمایه‌های فکری است که معمولاً در موفقیت یا شکست یک مجموعه، مؤثر است. این موضوع تا به آنجا پیش می‌رود که پژوهش‌گران در مقالات و اظهارات خود ارزشمندترین و مهم‌ترین منابع یک شرکت را سرمایه‌های فکری و دارایی‌های نامشهود آن می‌دانند (استریوکوا و همکاران، ۲۰۰۸). با مرور ادبیات مربوط به توسعه اقتصادی این نتیجه حاصل شده است که تنها عوامل تولید کالا محور نمی‌تواند ضامن موفقیت سازمان‌ها و شرکت‌ها در دستیابی به اهداف توسعه آن‌ها باشد و وجود سرمایه مهم دیگری تحت عنوان سرمایه فکری لازم است تا با اعمال نقش کاتالیزوری خود سرعت دستیابی به اهداف را تسریع بخشد. امروز مطرح شدن سرمایه فکری در توسعه سازمان‌ها یک دانش اقتصادی جدید تحت عنوان اقتصاد دانش محور را به وجود آورده است. در کشور ما نیز طی سال‌های اخیر شاهد افول برخی سازمان‌ها و شرکت‌ها و از دست رفتن سهم قابل توجهی از مشتریان آن‌ها بوده‌ایم. در بررسی‌های انجام شده در مورد این علل پیدایش مشکلات و مسائل موجود در زمینه سرمایه‌های سازمانی گزینه‌هایی مانند: ضعف در نگرش و باورهای فردی، عدم وجود مهارت‌های مقابله‌ای در کارکنان با مشکلات و مسائل روز و نیز مسائل مربوط به شایستگی کارکنان برای احراز درست و کارآمد رده‌های شغلی محوله که همگی در زیرشاخه سرمایه انسانی سازمان‌هاست. به عنوان شاخه‌ای از سرمایه فکری آن‌ها قرار می‌گیرند، مشخص شد. (محمدرضا باغنی و فرجی، ۱۳۹۵). در واقع، سرمایه فکری شامل آن بخش از دارایی‌های شرکت است که مبتنی بر دانش بوده و شرکت، دارنده و مالک آن به شمار می‌رود؛ به عبارت دیگر، سرمایه فکری تلاش برای استفاده مؤثر از دانش موجود و دارایی‌های نامشهود است. عملکرد سرمایه فکری، کارایی سرمایه‌گذاری انجام شده از طریق منابع مشهود و نامشهود در فعالیت‌های خلق ارزش را نشان می‌دهد و این عملکرد برای شرکت‌ها مهم است؛ زیرا برای آن‌ها مزیت رقابتی بلندمدت و پایداری رشد شرکت را ایجاد می‌کند. (همتی و مهرابی، ۱۳۹۰). از این رو هدف پژوهش بررسی این موضوع است که آیا کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر دارد؟

در ادامه، پیشینه پژوهش، فرضیه‌های پژوهش، روش‌شناسی پژوهش (شامل نحوه انتخاب شرکت‌های مدنظر و نیز الگوها و متغیرهای پژوهش)، یافته‌های پژوهش و در پایان، نتایج و پیشنهادها ارائه شده است.

مبانی نظری استراتژی شرکت

مفهوم استراتژی زاینده فضای رقابتی و محدودیت منابع است انسان در جهان پر از محدودیت زندگی می‌کند. صرف منابع محدود به موضوعات غیر اصلی جریمه‌اش واگذاری میدان رقابت به رقیبی است، که منابع محدود خود را به موضوعات اصلی متمرکز کرده است (زینگ، ۲۰۲۰). شرکت‌ها با در نظر گرفتن منابع محدود در شرکت، یا به دنبال متمایز کردن محصولات و خدمات خود از رقیبان هستند تا بتوانند نیاز تنوع‌طلبی مشتریان را ارضا کنند و به این وسیله دارای سهم زیادی از بازار شوند یا در پی تولید محصول و ارائه‌ی خدماتی هستند که در صنعت مربوطه با هزینه کمتری تولید و ارائه می‌گردند (نیک کار و محمدی، ۱۳۹۸). موفقیت واقعی یک استراتژی به سه عامل اساسی بستگی دارد که عبارت‌اند از: هماهنگی شرکت با محیط اطراف، دید داخلی‌ای واقع‌گرایانه از قابلیت‌های عمده‌ی شرکت و مزایای رقابتی آن و در آخر نیز اجرا و نظارت دقیق شرکت (نطاق بافکر، ۱۳۹۵). استراتژی رقابتی مناسب می‌تواند به یک مزیت رقابتی منتج شود و برای دستیابی به یک مزیت رقابتی نیز باید یک استراتژی رقابتی تدوین شود. انتخاب استراتژی رقابتی مناسب، کار پیچیده و حتی مخاطره‌آمیزی است. تصمیم‌گیری در زمینه تدوین استراتژی‌ها، سازمان را متعهد می‌کند تا برای دوره‌ای طولانی، محصولات خاصی را تولید کند، در بازارهای خاصی به فعالیت بپردازد و از منابع و فناوری‌های شناخته‌شده‌ای استفاده کند. بر این اساس، سازمان‌ها می‌کوشند تا با تدوین استراتژی‌های مناسب، در عرصه پویای رقابت به بقا و رشد خود ادامه دهند (دیوید^۱، ۲۰۱۱).

مزیت رقابتی عاملی است که سبب می‌شود مشتری محصول (کالا و خدمات) یک شرکت را به رقیب ترجیح دهد. در واقع ارزش بیشتر برای مشتری همواره متناظر با مزیت رقابتی برای سازمان است. هدف اصلی سازمان از ایجاد مزیت رقابتی با تکیه بر منابع و قابلیت‌هایی که در اختیار دارد، رقابت‌پذیری و دستیابی به موقعیتی ممتاز از لحاظ عملکردی در بازار است (راجیو و همکاران^۲، ۲۰۱۴). به عقیده پورتر^۳، هر بنگاهی در بلندمدت، یک موقعیت قابل دفاع در صنعت برای خود ایجاد می‌کند. این موقعیت یک عامل مهم و تعیین‌کننده در موفقیت بنگاه در برابر رقیب می‌باشد (تاری وردی و همکاران، ۱۳۹۶). افزایش ارزش برای مشتریان به منظور دستیابی به مزیت رقابتی، ارتباط نزدیکی با انتخاب دقیق استراتژی شرکت دارد. استراتژی در واقع این مسئله را بیان می‌کند که چگونه یک واحد تجاری می‌تواند برای خودش، از طریق تمایز با سایر رقیب، مزیت رقابتی ایجاد کند و چه رهبری هزینه وضعیت بهتری را در عملکرد جاری خواهد داشت. از طرفی هر نوع استراتژی را که سازمان‌ها انتخاب می‌کنند، ریسک‌هایی را به همراه دارند. شرکت‌هایی که از استراتژی رهبری هزینه پیروی می‌کنند، به منظور دستیابی به اقتصاد مقیاس به طور قابل ملاحظه‌ای در دارایی‌های ثابت سرمایه‌گذاری می‌کنند. این موضوع موجب افزایش اهرم عملیاتی شرکت می‌شود و حساست سود نسبت به تغییرات فروش را افزایش می‌دهد. از طرفی وجود نوآوری در استراتژی تمایز، ممکن است موجب شکست یک محصول جدید در بازار شود و یا ممکن است منجر به اثربخش نبودن هزینه‌های تحقیق و توسعه شود. این عوامل باعث می‌شود که استراتژی تمایز با ریسک همراه باشد (نانداکومار و همکاران^۴، ۲۰۱۱). یکی از راهکارهای اساسی برای موفقیت و دستیابی به سهم بیشتری از بازار در رقابت با رقیبان دیگر، توجه به رشد شرکت است. اگرچه شرکت‌هایی که به موفقیت‌های چشمگیری دست یافته‌اند، ممکن است استراتژی‌های رشد را به عنوان بخشی از مجموعه‌ی استراتژی‌های خود به کارگیرند اما نکته اصلی و مهم این است که اکثر شرکت‌های کاربر این نوع استراتژی، به نتایج مثبت و

¹ David

² RajiV et al

³ Porter

⁴ Nandakumar et al

چشمگیری دست‌یافته‌اند. اغلب شرکت‌ها، استراتژی رشد را با توجه به وضعیت خود در بازارهای رقابتی انتخاب می‌کنند. برخی از این استراتژی‌ها عبارت‌اند از:

- ۱) توسعه عملیات و فعالیت فعلی شرکت.
- ۲) ایجاد عملیات جدید.
- ۳) انجام تحصیل‌های تجاری و ترکیب با سایر کشورها.
- ۴) توجه به رضایتمندی مشتریان.
- ۵) افزایش سهم شرکت از بازار و به‌تبع آن افزایش میزان فروش شرکت و خرید دارایی‌های جدید (زوک و روگرز^۱، ۲۰۰۱).

کارایی سرمایه فکری

دراکر^۲ (۱۹۹۳) اندیشمند معروف مدیریت می‌گوید ما در حال وارد شدن به یک جامعه دانشی هستیم که در آن منابع اقتصاد اصلی، دیگر سرمایه بیشتر، منابع طبیعی و نیروی کار بیشتر و ... نیست. قرن ۲۱، قرن اقتصاد دانش است. که قبل از آن اقتصاد صنعتی حاکم بوده است. در این اقتصاد، استفاده از دانش به عنوان عامل تولید، نقش کمی داشته است در صورتی که در اقتصاد دانشی، دانش یا سرمایه فکری به عنوان یک عامل تولید ثروت در مقایسه با سایر دارایی‌های مشهود فیزیکی، ارجحیت بیشتری پیدا می‌کند. در این اقتصاد دارایی‌های فکری به خصوص سرمایه‌های انسانی جز مهمترین دارایی‌های سازمان محسوب می‌شود و موفقیت بالقوه سازمان‌ها ریشه در قابلیت‌های فکری آنها دارد تا دارایی‌های مشهود. دارایی‌های نامشهود شرکتها عامل مهمی در حفظ و تحقیق مزیت رقابتی پایدار آنها می‌شوند در مقایسه با سایر دارایی‌های مشهود، محیط کسب و کار آنها را به طور شگفت‌انگیزی تغییر می‌دهد. در قرن ۲۱ بر روی اطلاعات، فناوری اطلاعات، تجارت الکترونیک، نرم افزارها، مارک‌ها، حق الاختراع، تحقیقات و نوآوری‌ها و WWW و ... سرمایه گذاری می‌شود که همگی جز دارایی‌های نامشهود و سرمایه فکری دانش هستند تا جز دارایی‌های مشهود (نورحسینی، ۱۳۹۲).

در پارادایم صنعتی قدیم شرکت‌ها تحت اصول اقتصاد کمیایی عمل می‌کردند ولی امروزه این اصول صدق نمی‌کند. و شرکت‌ها در اقتصاد دانش تحت اصول اقتصاد فراوانی عمل می‌کنند. که این اقتصاد منابع و دارایی‌ها را به میزان فراوان در اختیار شرکت‌ها قرار می‌دهد که این نوع دارایی‌ها از نوع نامشهود است مثل فراوانی اطلاعات در اینترنت است. در اقتصاد دانش مهمترین دارایی، نامشهود هستند که استفاده از آنها از ارزش آنها کم نمی‌کند و حتی به ارزش آنها می‌افزاید. مثل دانش و سرمایه فکری و ... هستند. در صورتی که دارایی‌هایی مثل زمین، ماشین‌آلات و سرمایه پولی و... هستند که استفاده از آنها از ارزش آنها می‌کاهد. امروزه سازمان‌ها نیاز دارند تا بتوانند دارایی‌های خود را از نو طبقه بندی کنند و باید آنها اهداف استراتژیک آنها را حمایت کنند و سهم آن‌ها را از ارزش سازمان به صورت کمی در آورند تا بتوانند این دارایی‌ها را با دارایی‌های رقبا خود بررسی کنند. در عصر حاضر این دارایی‌های نامشهود دارای ارزش هستند، چون وقتی شرکت‌ها (کسب و کارها) فروخته می‌شود و بخشی از ارزش آنها به صورت سرقفلی نامگذاری و برجسب می‌خورد. که بر طبق تفکر «هوریب» سرقفلی، تفاوت بین ارزش واقعی (بازاری) شرکت و ارزش دفتری آن است (بنیتس^۳، ۲۰۰۰). در این زمینه شرکتها نه تنها نیاز دارند دارایی‌های نامشهود خود را شناسایی، اندازه‌گیری و مدیریت کنند بلکه باید همواره سعی کنند تا این دارایی‌های نامشهود را به طور مستمر ارتقاء و بهبود بخشند. سازمان

¹ Zook and Rogers

² Docker

³ Bontis

هایی که نتوانند دارایی های دانشی خود را به طور مستمر ارتقا دهند بقاء خود را با خطر از دست دادن و فناى خود، مبادله خواهند کرد (یحيائى لیوئى، ۱۳۹۳).

تعاریف مختلفی از سرمایه فکری در منابع مختلف ارائه شده است. آنچه که تمامی نویسندگان در مورد آن اتفاق نر دارند این است که مزیت رقابتی ایجاد می کند و ارزش نامشهود یک سازمان را نمایش می دهد. مفهوم سرمایه فکری همیشه مبهم بوده و تعاریف مختلفی برای تفسیر این مفهوم مورد استفاده قرار گرفته است. بسیاری تمایل دارند از اصطلاحات مانند دارایی ها، منابع یا محرک های عملکرد به جای کلمه سرمایه استفاده کنند و آنها واژه فکری را با کلماتی مانند نامشهود جایگزین می کنند. بعضی از حرفه ها (حسابداری مالی و حرفه های قانونی) نیز تعاریف متفاوتی مانند دارایی های ثابت غیر مالی که موجودیت عینی و فیزیکی ندارند، را ارائه کرده اند (یحيائى لیوئى، ۱۳۹۳).

در رابطه با سرمایه فکری تعاریف مختلفی ارائه شده است که در ادامه به برخی از آنها اشاره خواهد شد:

۱- بنتیس (۱۹۹۶) و (۱۹۹۹) که سرمایه فکری به عنوان منبع جدیدی برای سازمان، جهت رقابت و موفقیت در بازار به شمار می آید. در تعریفی دیگر وی معتقد است که سرمایه فکری تلاش برای استفاده مؤثر از دانش در مقابل اطلاعات می باشد.

۲- روس و روس^۱ (۱۹۹۷) که سرمایه فکری مجموع دارایی های پنهان شرکت مانند نمادهای تجاری، حق اختراع و ... می باشد که در برگیرنده کلیه دارایی هایی است که در صورت های مالی منعکس نمی گردد. سرمایه فکری به عنوان مهمترین منبع ایجاد مزیت رقابتی شرکت به حساب می آید.

۳- استیوارت^۲ در سال ۱۹۹۷ سرمایه فکری را بدین گونه تعریف کرده است که شامل دانش، اطلاعات، دارایی فکری و تجربه می باشد که به عنوان ذهن برتر با دانش کلیدی تلقی می گردد.

۴- ادوینسون و مالون^۳ نیز در سال ۱۹۹۷ سرمایه فکری به تفاوت بین ارزش بازار و ارزش دفتری شرکت اشاره دارد تعریف کرده اند.

۵- سویبی در سال ۱۹۹۸ سرمایه فکری را دانشی تعریف کرده است که در راستای ارزش آفرینی استفاده می گردد. طبق این تعریف سرمایه فکری به عنوان دانش، مهارت و توانایی هایی است که می تواند به ثروت و ارزش هایی تبدیل شود که نتیجه آن ارزش آفرینی است.

۶- اندریسن^۴ در سال ۲۰۰۴ سرمایه فکری را منابع نامشهود در اختیار یک شرکت بوده تعریف کرده اند که مزیت متناسبی به شرکت ارائه داده و ترکیب آنها، منافع آتی به دنبال دارد (یوزین^۵، ۲۰۱۵).

پیشینه تحقیق

قدردان و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی به بررسی ایفای نقش مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی با تأکید بر نقش سرمایه فکری پرداختند. از سرمایه به کار گرفته شده (سرمایه فیزیکی)، سرمایه انسانی و سرمایه ساختاری به عنوان اجزای سرمایه فکری و از معیارهای KLD برای اندازه گیری مسئولیت پذیری اجتماعی شرکتی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۰۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ است. برای آزمون فرضیه ها از تکنیک رگرسیون چند متغیره به روش داده های تابلویی استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که بین سرمایه فیزیکی و

¹ Roos and Roos

² Stewart

³ Edvinsson and Malone

⁴ Andriessen

⁵ Uziene

سرمایه ساختاری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه منفی و معنادار برقرار است. ولی بین سرمایه انسانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی هیچ‌گونه رابطه معناداری مشاهده نشد.

فغانی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی به بررسی تأثیر سرمایه فکری بر رابطه بین نظام حاکمیت شرکتی و اجتناب مالیاتی پرداختند. از این رو، داده‌های استخراج‌شده از ۹۴ شرکت پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۴ از طریق مدل رگرسیون با استفاده از داده‌های ترکیبی موردبررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش حاکی از آن بود که سرمایه فکری رابطه میان سازوکارهای حاکمیت شرکتی و اجتناب مالیاتی شرکت‌ها را تعدیل نمی‌نماید. به این معنی که سازوکارهای حاکمیت شرکتی به‌طور مستقیم بر روی اجتناب مالیاتی شرکت‌ها تأثیر می‌گذارند و در این میان سرمایه فکری نقشی را ایفا نمی‌نماید. به‌طور خاص، نتایج تحقیق تأکید می‌نماید که حاکمیت شرکتی قوی، منجر به بهبود کیفیت گزارشگری مالی و درنهایت نیل به اهداف شرکت‌ها در خصوص اقدامات مربوط به برنامه‌ریزی‌های مالیاتی می‌گردد.

نیک کار و محمدی (۱۳۹۸) در بررسی تأثیر استراتژی شرکت، هزینه‌های سیاسی و قدرت مدیریت بر به موقع بودن گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ و با اطلاعات ۱۰۵ شرکت و استفاده از رگرسیون و داده‌های ترکیبی به این نتیجه رسیدند که تأثیر استراتژی شرکت، تنها استراتژی‌های رقابتی و استراتژی شرکت با توجه به اطلاعات آتی، افزایش به موقع بودن گزارشگری مالی را سبب خواهند شد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهند ریسک سیستماتیک و اندازه شرکت به ترتیب کاهش و افزایش به موقع بودن گزارشگری مالی را سبب می‌شوند.

تاری وردی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی تأثیر استراتژی شرکت و توانایی مدیریت بر عدم تقارن رفتار هزینه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین بازه زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۴ و با استفاده از رگرسیون خطی به این نتیجه رسیدند که استراتژی سرمایه‌گذاری، استراتژی شرکت با توجه به اطلاعات آینده و توانایی مدیریت سبب افزایش عدم تقارن رفتار هزینه می‌شود. افزون بر این نتایج موید آن است که متغیرهای استراتژی رقابتی شرکت و تامین مالی سبب کاهش عدم تقارن رفتار هزینه می‌شود.

آماتو (۲۰۲۱) در تحقیقی به بررسی تأثیر کارایی سرمایه فکری بر ساختار سرمایه با نقش تعدیلی ریسک و سودآوری شرکت‌های ایتالیایی در دوره زمانی ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۷ با استفاده از رگرسیون خطی چند متغیره انجام داد و نشان داد که بین کارایی سرمایه فکری و ساختار سرمایه رابطه معناداری وجود دارد همچنین در دیگر یافته‌ها مشاهده شد که ریسک و سودآوری شرکت رابطه بین کارایی سرمایه فکری و ساختار سرمایه را تعدیل می‌کند.

زینگ^۱ (۲۰۲۰) در تحقیقی با عنوان فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکت و عملکرد شرکت: نقش تعدیل کننده استراتژی و رقابت صنعت شرکتهای چینی بین سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۱۵ و تعداد مشاهدات ۳۴۰۱ با استفاده از رگرسیون خطی چند متغیره به این نتیجه رسید که مسئولیت اجتماعی شرکت زمانی عملکرد شرکت را افزایش می‌دهد که استراتژی شرکت بر بر تخصیص ارزش بر ارزش آفرینی تأکید دارد. اثر متقابل مسئولیت اجتماعی شرکت و تأکید استراتژیک نیز نشان داده شده است که با سطح رقابت در صنعت متفاوت است.

ژین لونگ و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیقی به بررسی تأثیر سرمایه فکری بر پایداری شرکت‌های چینی پرداختند. آنان برای این منظور با استفاده از رگرسیون چند متغیره و با بهره‌گیری از نمونه‌ای مشتمل بر ۴۰۰ مشاهده برای دوره زمانی ۹ ساله بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۸ به این نتیجه رسیدند که، سرمایه فکری به‌عنوان عامل اصلی در پایداری رشد شرکت محسوب می‌شود و در بین اجزای سرمایه فکری، سرمایه انسانی اثر بیشتری بر پایداری رشد شرکت ایفا می‌کند.

¹ Xingping Jia

بنتلی و همکاران^۱ (۲۰۱۷) تاثیر استراتژی شرکت و کنترل داخلی بر به موقع بودن گزارش حسابداری را بررسی کردند. آنها با استفاده از داده های پانل، ۳۱۵ شرکت آمریکایی را در طول سال های ۱۹۹۸-۲۰۱۴ بررسی کردند. نتایج پژوهش آنان نشان دادند استراتژی های متفاوت شرکت می تواند بر مقدار نظارت ها در گزارشگری مالی تاثیر گذار باشد و این نظارت با اثر سیستم کنترل داخلی شرکت می تواند بر زمان انجام حسابداری و در پی آن بر به موقع بودن گزارش حسابداری اثر گذار باشد.

چاریتوس و ویلیسماس^۲ (۲۰۱۶) در تحقیقی به بررسی تاثیر استراتژی شرکت و توانایی مدیریت بر چسبندگی هزینه را طی سال های ۱۹۹۱-۲۰۱۴ در شرکت های آمریکایی بررسی کردند. نتایج تحقیق آنان نشان داد استراتژی شرکت و توانایی مدیریت بر شدت چسبندگی هزینه شرکت ها تاثیر گذار است.

فرضیه های پژوهش

فرضیه اصلی: کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت تاثیر معناداری دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس هدف، از نوع توصیفی و بر اساس ماهیت و روش از نوع همبستگی است با توجه به اینکه این پژوهش می تواند در فرایند تصمیم گیری سرمایه گذاران مورد استفاده قرار گیرد از نوع پژوهش کاربردی محسوب می شود؛ برای تدوین مبانی نظری پژوهش از روش کتابخانه ای و برای گردآوری داده های مورد نظر از ماهنامه های بورس و سایت های بورس و بانک مرکزی و نرم افزارهای اطلاعات مالی شرکت ها از نرم افزار ره آورد نوین استفاده شده است. برای آماده سازی اطلاعات از نرم افزار اکسل استفاده شده است و به منظور آزمون فرضیه ها از نرم افزار ایوبوز استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بین بازه زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ هست. در این پژوهش، برای تعیین نمونه آماری از روش غربالگری استفاده شد: بدین صورت که در هر مرحله از بین کلیه شرکت های موجود در پایان سال، شرکت هایی که دارای شرایط زیر نبوده اند، حذف شده و شرکت باقی مانده برای انجام آزمون انتخاب شدند: شرکت هایی که سال مالی آن ها به انتهای اسفندماه ختم می شود، جزء شرکت های بیمه، بانک ها و واسطه گری های مالی و مؤسسات تأمین مالی نباشند، شرکت هایی که در طی دوره مورد نظر تغییر سال مالی نداشته باشند و شرکت هایی که اطلاعات مالی مورد نیاز آن ها جهت سنجش متغیرها در دسترس باشند. بعد از اعمال این شرایط ۱۰۸ شرکت به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شد.

متغیر وابسته: استراتژی شرکت

در پژوهش حاضر برای اندازه گیری متغیر استراتژی مطابق با بالام و همکاران^۳ (۲۰۱۱) و راجیو و همکاران^۴ (۲۰۱۴) از معیار استراتژی تمایز (Differentiation) استفاده شده است که برای استراتژی تمایز از نسبت هزینه های عمومی، اداری به فروش (SGA.S) استفاده می شود

¹ Bentley, K. A., Newton, N. J., & Thompson, A. M.

² Christos, V. N. & Vlismas, O.

³ Balsam, S., and Fernando, G.D., and Tripathy, A.

⁴ Rajiv, D. B., and Raj, M., and Arindam. T.

متغیر مستقل: کارایی سرمایه فکری

در این مطالعه کارایی سرمایه فکری، متغیر مستقل در نظر گرفته شده است. کارایی سرمایه فکری بر اساس مدل پالیک^۱ (۲۰۰۰) محاسبه می‌شوند. فرمول زیر اطلاعات مربوط به متغیر مستقل پژوهش و نحوه محاسبه آن‌ها را نشان می‌دهد (نمازی و فتحعلی، ۱۳۹۷).

(۱) تعیین ارزش افزوده:

$$VA = OUT + IN$$

$$VA = OP + INEC + D + A$$

OUT: درآمد حاصل از فروش کالاها و خدمات،

IN: کل هزینه مواد، اجزا و خدمات خریداری شده،

D: استهلاک،

OP: سود عملیاتی،

EC: هزینه کارکنان،

A: استهلاک دارایی نامشهود (انقضا).

(۲) تعیین کارایی سرمایه انسانی:

$$HCE = \frac{VA}{HC}$$

HC: سرمایه انسانی که برابر است با کل هزینه های حقوق و دستمزد شرکت.

(۳) تعیین کارایی سرمایه ساختاری:

$$SC = VA - HC$$

$$SCE = \frac{SC}{VA}$$

SC: سرمایه ساختاری شرکت

(۴) تعیین کارایی سرمایه فکری:

$$ICE = HCE + SCE$$

ICE: کارایی سرمایه فکری

متغیرهای کنترلی

Size_{it}: لگاریتم طبیعی ارزش بازار شرکت در پایان سال مالی به عنوان معیار اندازه شرکت.

BM_{it}: نسبت ارزش دفتری به ارزش بازار شرکت.

Leverage_{it}: اهرم مالی شرکت i در سال t که از تقسیم بدهی بر ارزش دفتری دارایی‌ها محاسبه می‌گردد.

Loss_{it}: زیان شرکت است که اگر شرکتی در سال جاری زیان داشته باشد یک در غیر این صورت صفر می‌گیرد.

CF_{it}: از نسبت جریان نقد عملیاتی بر کل دارایی‌ها به دست می‌آید.

یافته‌ها

در این مرحله داده‌هایی که به روش‌های مختلف جمع‌آوری گردیده است مورد پردازش قرار می‌گیرند؛ در تحقیق حاضر داده‌های مربوط به ۵۴۰ مشاهده (۱۰۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۹۵-۱۳۹۹)

¹ Pulic, A

مورد تحلیل قرار می‌گیرد تا ارتباط بین متغیرها بررسی شود. در ادامه اول آمار توصیفی ارائه شده است و نهایتاً آزمون استنباطی بیان می‌گردد.

توصیف آماری متغیرها

جدول (۱): شاخص‌های توصیفی متغیرها

| متغیرهای پیوسته | | | | | پنل الف: |
|-----------------|-------|---------|--------|--------------|--------------------------|
| میانگین | میانه | بیشترین | کمترین | انحراف معیار | |
| ۳.۹۹ | ۲.۹۷ | ۱۵.۳۶ | ۲.۲۰ | ۲.۶۱ | کارایی سرمایه فکری |
| ۰.۰۷ | ۰.۰۶ | ۰.۷۷ | ۰.۰۰ | ۰.۰۶ | استراتژی شرکت |
| ۰.۳۷ | ۰.۳۰ | ۲.۶۶ | -۴.۴۲ | ۰.۴۴ | ارزش دفتری به ارزش بازار |
| ۰.۱۲ | ۰.۱۱ | ۰.۷۳ | -۰.۳۹ | ۰.۱۴ | نسبت جریان نقد عملیاتی |
| ۰.۶۱ | ۰.۶۱ | ۴.۰۰ | ۰.۰۴ | ۰.۲۶ | اهرم مالی |
| ۱۴.۶۱ | ۱۴.۳۳ | ۲۱.۷۷ | ۱۰.۱۳ | ۱.۸۰ | اندازه شرکت |
| متغیرهای گسسته | | | | | پنل ب: |
| نام متغیر | | | | | درصد |
| زیان شرکت | | | | | ۰ |
| | | | | | ۱ |
| | | | | | فراوانی |
| | | | | | ۴۳۲ |
| | | | | | ۱۰۸ |
| | | | | | ٪ ۸۰/۰۰ |
| | | | | | ٪ ۲۰/۰۰ |

با نگاهی به جدول (۱) مشاهده می‌شود که میانه و میانگین متغیرها فاصله زیادی باهم ندارند و هر چه قدر به هم نزدیک باشد توزیع آن‌ها به توزیع نرمال نزدیک‌تر است. در بین متغیرها اندازه شرکت با مقدار (۱۴/۶۱) دارای بیشترین میانگین و متغیر استراتژی شرکت با مقدار (۰/۰۷) دارای کمترین میانگین است. با مقایسه انحراف معیار متغیرهای مورد بررسی به این نتیجه می‌رسیم که متغیر استراتژی شرکت با مقدار (۰/۰۶) نسبت به سایر متغیرها دارای کمترین پراکندگی است و متغیر کارایی سرمایه فکری با مقدار (۲/۶۱) دارای بیشترین پراکندگی است و این بدان معناست که این متغیر نوسان‌های شدیدتری دارد است. با توجه به پنل ب نیز نتایج نشان می‌دهد درصد فراوانی متغیر زیان شرکت ۲۰/۰۰٪ می‌باشد که نشان دهنده این است که تقریباً ۲۰/۰۰٪ یعنی حدود ۱۰۸ شرکت مورد بررسی دارای زیان هستند.

آزمون‌های ریشه واحد در داده‌های تابلویی

برای بررسی مانایی از آزمون ریشه‌ی واحد^۱ استفاده شده است.

جدول (۲): خلاصه نتایج آزمون ریشه‌ی واحد-آزمون لوین لین و چپو

| نام متغیر | آماره آزمون | سطح معناداری | نتیجه |
|--------------------------|-------------|--------------|-------------------|
| کارایی سرمایه فکری | -۷/۲۰ | ۰/۰۰۰۰ | مانا |
| استراتژی شرکت | -۶/۴۱ | ۰/۰۰۰۰ | مانا |
| ارزش دفتری به ارزش بازار | -۱۴/۶۷ | ۰/۰۰۰۰ | مانا |
| نسبت جریان نقد عملیاتی | -۲۳/۳۳ | ۰/۰۰۰۲ | مانا |
| اهرم مالی | -۱۰/۸۵ | ۰/۰۰۰۰ | مانا |
| اندازه شرکت | -۱۰/۶۹ | ۰/۰۰۰۰ | مانا (مرتب‌ه اول) |

^۱ Unit Root Test

| | | | |
|-----------|-------|--------|------|
| زبان شرکت | -۶/۴۳ | ۰/۰۰۰۱ | مانا |
|-----------|-------|--------|------|

با توجه به نتایج ۲ می توان گفت از آنجایی که احتمال های محاسبه شده در آزمون لوین لین و چو کوچکتر از ۰/۰۵ است در نتیجه فرضیه صفر که مبنی بر وجود ریشه واحد برای متغیرها پذیرفته نمی شود و تمامی متغیرها مانا هستند.

آزمون ناهمسانی واریانس

برای آزمون ناهمسانی واریانس از آزمون وایت استفاده شده است.

جدول (۳): آزمون همسانی واریانس

| | | |
|----------------|-------------|---------------|
| آزمون وایت | مقدار آماره | سطح معنی داری |
| مدل اصلی تحقیق | ۳/۹۱ | ۰/۰۰۰۰ |

برای تخمین الگوهای اقتصادی، روش های متفاوتی وجود دارد. با لحاظ کردن فروض کلاسیک، روش حداقل مربعات معمولی (OLS) بر اساس قضیه گاوس - مارکف بهترین تخمین زننده خطی بدون تورش است؛ اما در صورت وجود ناهمسانی واریانس دیگر روش حداقل مربعات معمولی (OLS) روش مناسبی برای تخمین نیست که از این رو با وزن دادن (Cross-section weights) به رفع آن پرداخته و مدل مناسب برای تخمین آزمون فرضیه ها روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) خواهد بود.

انتخاب الگوی مناسب برای مدل رگرسیون

برای مشخص کردن نوع مدل در مقاطع و دوره های زمانی مختلف داده های ترکیبی از آزمون F مقید (چاو) استفاده شده است؛ که خروجی آزمون در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول (۳): نتایج آزمون چاو (F مقید) در بررسی مدل فرضیات تحقیق

| | | | | |
|--------------|---------|---------|--------------------------|-------------------------------|
| مدل | آماره F | p-value | نتیجه آزمون چاو | نوع آزمون |
| مدل اصلی اول | ۱۱/۱۵ | ۰/۰۰۰۰ | H ₀ رد می شود | داده های ترکیبی Panel date |

نتایج خروجی آزمون F نشان می دهد فرضیه صفر مدل رد شده چون سطح معناداری کمتر از ۵ درصد به دست آمده و از میان طرح پنل یا رگرسیون تجمیع شده (تلفیقی) و پنل انتخاب می شود. همچنین برای انتخاب اثرات ثابت و اثرات تصادفی مدل از آزمون هاسمن استفاده شد. در صورتی سطح معناداری آزمون هاسمن بیشتر از ۵ درصد باشد مدل اثرات تصادفی و در صورتی که سطح معناداری آزمون هاسمن کمتر از ۵ درصد باشد مدل اثرات ثابت انتخاب می شود؛ خروجی آزمون هاسمن به شرح جدول ۴ می باشد.

جدول (۴): نتایج آزمون هاسمن در بررسی مدل فرضیات تحقیق

| | | | | |
|--------------|--------|---------|--------------------------|------------|
| آزمون هاسمن | آماره | p-value | نتیجه آزمون هاسمن | نوع آزمون |
| مدل اصلی اول | ۶۰۸/۸۳ | ۰/۰۰۰۰ | H ₀ رد می شود | اثرات ثابت |

بررسی آزمون فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی: کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معناداری دارد.

برای بررسی تاثیر کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فرض H₀ و H₁ به صورت زیر تدوین شده است.

H₀: کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معناداری ندارد.
H₁: کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معناداری دارد.

جدول (۵): نتایج تخمین فرضیه اصلی تحقیق

| متغیرها | ضرایب | انحراف استاندارد ضرایب | آماره t | سطح معناداری | همخطی |
|--------------------------|----------|------------------------|-----------|--------------|----------|
| عرض از مبدا | -۲۲.۰۸۸۸ | ۰.۷۵۴۰۹۴ | -۲۹.۲۹۱۸۴ | ۰.۰۰۰۰ | - |
| کارایی سرمایه فکری | ۰.۰۹۲۵۹۶ | ۰.۰۴۳۹۲۵ | ۲.۱۰۸۰۴۲ | ۰.۰۳۵۳ | ۱.۱۳۴۴۵۸ |
| ارزش دفتری به ارزش بازار | ۰.۷۹۴۲۸۱ | ۰.۱۳۵۲۹۹ | ۵.۸۷۰۵۶۱ | ۰.۰۰۰۰ | ۱.۴۱۷۴۰۱ |
| نسبت جریان نقد عملیاتی | ۰.۴۶۸۷۷۹ | ۰.۲۸۷۶۰۸ | ۱.۶۲۹۹۲۴ | ۰.۱۰۳۴ | ۱.۲۱۵۱۲۲ |
| اهرم مالی | ۱.۴۱۹۳۸۷ | ۰.۲۶۵۷۹۱ | ۵.۳۴۰۲۳۳ | ۰.۰۰۰۰ | ۱.۵۵۹۳۶۹ |
| زیان شرکت | -۰.۲۶۰۶۵ | ۰.۱۲۷۲۵۳ | -۲.۰۴۸۲۸۶ | ۰.۰۴۰۸ | ۱.۲۱۱۵۶۷ |
| اندازه شرکت | ۱.۶۳۶۳۶۱ | ۰.۰۴۱۸۴۰ | ۳۹.۱۱۰۲۷ | ۰.۰۰۰۰ | ۱.۳۲۷۳۴۴ |
| سایر آماره‌های اطلاعاتی | | | | | |
| ضریب تعیین | ۰/۷۳۳ | | | | |
| ضریب تعیین تعدیل شده | ۰/۷۰۲ | | | | |
| آماره F | ۲۳/۶۱ | | | | |
| سطح معناداری F | ۰/۰۰ | | | | |
| دوربین واتسون | ۲/۲۳ | | | | |

در بررسی معنی‌دار بودن کل مدل با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۵ درصد کوچک‌تر است (۰/۰۰) لذا مدل معنی‌دار بوده و فرضیه H₁ آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می‌شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۰/۷۳ درصد متغیر استراتژی شرکت توسط متغیرهای توضیحی تبیین می‌گردد. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۷۰ درصد به دست آمده است. علاوه بر این به منظور بررسی همبستگی جملات خطا باید به میزان آماره دوربین واتسون توجه نمود چون مقدار آن ۲/۲۳ بین بازه قابل قبول قرار دارد فرض همبستگی جملات خطا رد می‌شود. با توجه به نتایج بدست آمده از آزمون همخطی مشاهده می‌شود همه متغیرها کمتر از ۱۰ می‌باشد از این رو مشکل همخطی در این مدل وجود ندارد.

با توجه به نتایج آزمون فرضیه متغیر کارایی سرمایه فکری با توجه به اینکه سطح معناداری آن کوچکتر از ۵ درصد هستند که نشان دهنده رابطه معنادار با استراتژی شرکت است لذا فرضیه اصلی تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تایید می‌شود. و از آنجایی که ضریب این متغیر مثبت است پس رابطه بین کارایی سرمایه فکری با استراتژی شرکت مستقیم است. پس فرضیه اصلی اول تحقیق مبنی بر کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معناداری دارد پذیرفته می‌شود.

همچنین متغیرهای کنترلی ارزش دفتری به ارزش بازار، اهرم مالی، زیان شرکت و اندازه شرکت با توجه به سطح معناداری کمتر از ۵ درصد در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه معناداری با استراتژی شرکت دارند. اما نسبت جریان نقد عملیاتی با توجه به سطح معناداری بزرگتر از ۵ درصد رابطه معناداری با استراتژی شرکت ندارد.

بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهش

افزایش تعداد رقبا، منجر به اهمیت بخشیدن به مفاهیمی مانند رقابت‌پذیری شده است. شرکتی که دارای استراتژی کارایی است، به دنبال تولید و عرضه محصولات استاندارد است که بهای تمام‌شده هر واحد برای مشتریان را کاهش دهد.

منظور از استراتژی تمرکز، توجه بر محصولات و خدمات خاصی است که نیازهای گروه کوچکی از مصرف‌کنندگان را تأمین می‌کنند و هدف از استراتژی تمایز، ارائه محصولات و خدماتی است که در صنعت مورد نظر به‌عنوان محصول یا خدمتی منحصر به فرد تلقی می‌شوند (نیک کار و محمدی، ۱۳۹۸). استراتژی برای ایجاد کانون توجه، ثبات و رسالت برای یک سازمان از طریق تهیه طرح‌ها، تاکتیک‌ها، الگوها، مناصب سازمانی و چشم‌اندازهایی که اقدام استراتژیک را هدایت می‌کنند، مورد استفاده قرار می‌گیرد. با توجه به گذار جوامع از عصر صنعت به عصر اطلاعات، اهمیت سرمایه‌های فکری در دنیای تجارت نیز رشد یافته است. در طول عصر صنعت، بهای تمام‌شده دارایی‌ها، کارخانه‌ها و تجهیزات و مواد خام بود که برای موفقیت یک تجارت لازم بود، اما در عصر اطلاعات این استفاده‌ی مؤثر از سرمایه‌های فکری است که معمولاً در موفقیت یا شکست یک مجموعه، مؤثر است. این موضوع تا به آنجا پیش می‌رود که پژوهش‌گران در مقالات و اظهارات خود ارزشمندترین و مهم‌ترین منابع یک شرکت را سرمایه‌های فکری و دارایی‌های نامشهود آن می‌دانند. از این رو هدف پژوهش بررسی این موضوع است که آیا کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر دارد؟ جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بین بازه زمانی ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ هست. که بعد از اعمال این شرایط ۱۰۸ شرکت به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شد با توجه به نتایج آزمون فرضیه متغیر کارایی سرمایه فکری با توجه به اینکه سطح معناداری آن کوچکتر از ۵ درصد هستند که نشان دهنده رابطه معنادار با استراتژی شرکت است لذا فرضیه اصلی تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود. و از آنجایی که ضریب این متغیر مثبت است پس رابطه بین کارایی سرمایه فکری با استراتژی شرکت مستقیم است. پس فرضیه اصلی اول تحقیق مبنی بر کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تأثیر معناداری دارد پذیرفته می‌شود. با توجه به نتایج تحقیق و تأثیر مثبت و معنادار کارایی سرمایه فکری بر استراتژی شرکت می‌توان به شرکتها و مجموعه های اقتصادی پیشنهاد نمود که با استفاده از سرمایه فکری کارکنان در جهت بالا بردن استراتژی های شرکت در جهت رسیدن به اهداف خود استفاده نمایند. هر پژوهشی که انجام می شود ممکن است با محدودیت هایی همراه باشد که باعث کند شدن روند انجام پژوهش گردد که در این پژوهش می‌توان به محدودیت های ذیل اشاره کرد: یکی از برجسته‌ترین مشکلاتی که در بیشتر پژوهش های داخل ایران با آن مواجه هستیم، عدم انجام پژوهش مشابه با پژوهش انجام شده در ایران هستیم که امکان مقایسه یافته‌های پژوهش را کاهش می‌دهد. تحلیل گران، ذی نفعان و در حالت کلی کسانی که از یافته های این پژوهش استفاده می کنند در تسری آن به شرکت‌های غیر بورسی محتاط تر عمل کنند. از آنجایی که بازه زمانی پژوهش بین سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷، در عمومیت دادن یافته‌های پژوهش به سال‌های قبل و بعد از بازه زمانی اشاره شده باید احتیاط لازم عمل شود. از آنجایی که نمونه آماری پژوهش و شرکت‌های موجود در این نمونه سال مالی این شرکت‌ها منتهی به آخر سال هست در بسط دادن یافته‌های پژوهش به دیگر شرکت‌ها بایستی با احتیاط انجام گیرد. برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش از داده های شرکت‌ها و گزارش‌هایی که ارائه دادند استفاده شده است و این گزارش‌ها بر مبنای بهای تمام‌شده تاریخی استفاده شده است، در صورت اصلاح اطلاعات استفاده شده از بابت تورم ممکن است برداشت متفاوت از یافته‌های فعلی حاصل شود.

منابع

- ✓ تاری وردی، یدالله، نیک کار، جواد، ملک خدایی، الهه، (۱۳۹۶)، تأثیر استراتژی شرکت و توانایی مدیریت بر عدم تقارن رفتار هزینه، بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۴، شماره ۴، صص ۵۲۶-۵۳۰.
- ✓ فغانی، مهدی، زارعی، حمید، سعیدی گراغانی، مسلم، دارسنج، سکینه، (۱۳۹۸)، تأثیر سرمایه فکری بر رابطه بین نظام حاکمیت شرکتی و اجتناب مالیاتی، پژوهش‌های تجربی حسابداری، دوره ۹، شماره ۲، صص ۲۱۹-۲۴۶.

- ✓ قدردان، احسان، مقدم، عبدالکریم، سلطانیان، چیمن، شاهمرادی، شهین، (۱۳۹۹)، ایفای نقش مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکتی با تأکید بر نقش سرمایه فکری، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۳، شماره ۴۵، صص ۷۱-۸۸.
- ✓ محمدرضا باغنی، محمد، فرجی، پردیس، (۱۳۹۵)، بررسی اثربخشی سرمایه فکری بر کارآمدی تعلق‌خاطر سازمانی، مطالعه موردی، اداره کل گمرکات استان کرمانشاه، کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری.
- ✓ مهاجری، نسیم، (۱۳۹۸)، بررسی ارتباط مالکیت خانوادگی با حساسیت سرمایه‌گذاری نسبت به جریان نقدی و عملکرد شرکت، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی غیردولتی مقدس اردبیلی.
- ✓ نطاق بافکر، آزاده، (۱۳۹۵)، تأثیر رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی کوشیار.
- ✓ نورحسینی، سید حسین، (۱۳۹۲)، بررسی اثر نوع مالکیت بر شاخص سرمایه فکری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، حسابداری.
- ✓ نیک‌کار، جواد، محمدی، اسلام، (۱۳۹۸)، تأثیر استراتژی شرکت، هزینه‌های سیاسی و قدرت مدیریت بر به موقع بودن گزارشگری مالی، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۱۱، شماره ۴، صص ۸۷-۱۱۰.
- ✓ همتی، حسن، مهرابی، امین، (۱۳۹۰)، بررسی ارتباط بین سرمایه فکری و بازده مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تحقیقات حسابداری و حسابرسی، دوره ۳، شماره ۱۰، صص ۷۲-۸۳.
- ✓ یحیائی لیوئی، جلال، (۱۳۹۳)، ارتباط بین کارایی سرمایه فکری و سودآوری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی کوشیار.
- ✓ Balsam, S., and Fernando, G.D., and Tripathy, A. (2011). The Impact of Firm Strategy on Performance Measures Used in Executive Compensation. *Journal of Business Research*, Vol. 64, Pp. 187-193.
- ✓ Bentley, K, A., Newton, N, J., & Thompson, A, M. (2017). Business Strategy, Internal Control and timeliness of audit reports, *Auditing*, 36(3), 268-291.
- ✓ Bontis, N. (1996), "There's a price on your head : managing intellectual capital strategically", *Business Quarterly*, Summer, pp. 40-41.
- ✓ Bontis, N. (1999), "Intellectual capital : an exploratory study that develops measures and Models", *Management Decision*, Vol. 36 No.2, pp. 63-16.
- ✓ Bontis, N. (2000), "Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital framing and advancing the state of the field", *International of Journal of Technology Management*, Vol.11 ,No. 5,5,PP. 433-462.
- ✓ Christos, V. N. & Vlismas, O. (2016). Strategy, managerial ability and stick behavior of selling, general and administrative expenses. Available in: <http://ssrn.com/abstract=2672765>.
- ✓ Edvinsson, L, Malone, M.S (1997), *Intellectual capital: Realizing your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower*. Harper Business, New York.
- ✓ Rajiv, D. B., and Raj, M., and Arindam. T. (2014). Does a Differentiation Strategy Lead to More Sustainable Financial Performance than a Cost Leadership Strategy?. *Management Decision*, Vol. 52, No. 5, Pp. 872 – 896
- ✓ Roos, G. and Roos, J. (1991), "Measuring Your Company's Intellectual Performance", *Long Range Planning*, Vol. 30 No. 3, pp. 413- 426.
- ✓ Striukova, L.; Unerman, J. & J. Guthrie (2008). Corporate Reporting of Intellectual Capital: Evidence from UK Companies, *The British Accounting Review*, Vol. 40, 297-313

- ✓ Xingping Jia (2020). Corporate social responsibility activities and firm performance: The moderating role of strategic emphasis and industry competition, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 2020, vol. 27, issue 1, 65-73
- ✓ Xu, Liu, Fang, W and Zang. Y (2020). Intellectual capital and financial performance. A review and framework. *Accounting Horizons*. Vol. 83 Issue 2, p. 327-349